

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА МОСКВЫ
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
города Москвы
**«Московский государственный образовательный комплекс»
(ГБПОУ МГОК)**

Утверждаю:

Директор И.А. Артемьев

« 1 » февраля 2019 г.

**Дополнительная профессиональная программа
(повышение квалификации)**

Маркетинг в социальных сетях: SMM - менеджер

(72 часа)

Москва, 2019г.

Разработчики: Сурина В.К., специалист отдела по связям с общественностью

Правообладатель программы: ГБПОУ «Московский государственный образовательный комплекс»

Одобрено
Кафедрой _____
Протокол № _____
от «__» _____ 201 г.
Заведующий кафедрой
_____/_____

УТВЕРЖДЕНО УМО
Протокол № _____
от _____ 201 г.
Председатель УМО
_____/_____

Раздел 1. «Характеристика программы»

1.1. Цель реализации программы

Основная цель данной программы – освоение обучающимися современной специальности, ознакомление с основами работы smm-специалиста; подготовку желающих для успешного самостоятельного выступления на конкурсах различной сложности в рамках интернет-маркетинга, в том числе и участие в чемпионатах «Навыки мудрых» по стандартам WS.

Совершенствуемые компетенции

№	Компетенция	Направление подготовки
		Квалификация
1.	Работа в социальных сетях	
2.	Определение целевой аудитории	
3.	Разработка стратегий для соцсетей	
4.	Коммуникативные компетенции	

1.2. Планируемые результаты обучения

№	Знать – уметь	Направление подготовки
		Квалификация
1.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- основные термины и понятия- основные термины и понятия Social Media Marketing- понятия персонального бренда- понятия корпоративной этики и корпоративного бренда- маркетинговые стратегии- бюджетирование проектов- коммерческий и контентный SMM- подбор команды для реализации проекта- взаимодействие с командой- выбор тем и площадок для продвижения- оформление страниц/групп в соцсетях- управление страницами и группами в соцсетях <p>плохой-хороший текст: как отличить, как написать, какой формат текста выбрать</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- оформлять страницы в соцсетях- вести ежедневную работу в соцсетях- писать контент-план- разрабатывать стратегию для соцсетей- писать тексты для рекламных модулей, постов, лендингов, e-mail рассылок- рассчитывать бюджет на рекламные кампании- определять целевую аудиторию для проектов- анализировать статистику, охват и вовлечение, подписчиков в социальных сетях- взаимодействовать с командой	Полностью вести продвижение компании, бренда и ее продуктов в интернет пространстве.

	- взаимодействовать с заказчиками	
--	-----------------------------------	--

1.3. Категория обучающихся: взрослое население от 18 лет

1.4. Форма обучения: очно-заочная

1.5. Режим занятий: 1-2 раза в неделю

1.6. Количество часов: 72

Раздел 2. «Содержание программы»

2.1. Учебный (тематический) план

№ п/п	Наименование разделов (модулей) и тем	Аудиторные учебные занятия, учебные работы			Внеаудиторная работа	Формы контроля
		Всего ауд., час	Теоретические занятия	Практические занятия	с/р	
1	Модуль 1 Основы интернет-маркетинга	24	16	8		
1.1	Что такое Social Media Marketing					
1.2	Компетенции SMM-специалиста. Команда SMM-маркетолога.					Мини-тест
1.3	SMM-стратегия и ее реализация. Коммерческий и контентный SMM.					Создание собственного проекта
2	Модуль 2 Что такое социальные сети и зачем они нужны.	24	14	10		
2.1	Особенности социальных сетей					
2.2	Аккаунты. Группы. Страницы.					
2.3	Коммерческие возможности социальных сетей.					
2.4	Лидеры общественного мнения. Блогеры.					
2.5	Персональный бренд. Личные аккаунты в социальных сетях					Создание собственного проекта
2.6	Как вести личные аккаунты. От личного аккаунта к SMM-маркетингу					
3	Модуль 3 Реальный SMM	24	14	10		
3.1	Продвижение в соцсетях. Ведение групп/страниц в соцсетях					
3.2	Реклама в соцсетях. Рекламные кабинеты соцсетей					

3.3	Копирайтинг				Презентация
	Итоговая аттестация				Конкурсное задание по стандартам WS
	Итого:	72			

2.2. Содержание программы

№ п/п	Название раздела(модуля), темы	Содержание
Раздел 1. Модуль 1: Основы интернет-маркетинга		
Тема 1.1	Что такое Social Media Marketing	Основные термины и понятия в Social Media Marketing. Какие задачи он решает.
Тема 1.2	Компетенции SMM-специалиста Команда SMM-маркетолога	Что входит в компетенции smm-менеджера, как подбирать команду, как контролировать сотрудников, штат или аутсорс. Ответность.
Тема 1.3	SMM-стратегия и ее реализация Коммерческий и контентный SMM	Как создается smm-стратегия, основные пункты, особенности, необходимость. Ежедневные работы по внедрению стратегии. Отличия коммерческого и контентного smm. Практическое занятие по написанию стратегии.
Раздел 2. Модуль 2: Что такое социальные сети и зачем они нужны		
2.1	Особенности социальных сетей	Разбор специфики социальных сетей, особенности, поведенческие нюансы аудиторий.
2.2	Аккаунты. Группы. Страницы.	Чем отличаются аккаунты от групп, группы от страниц. Преимущества тех и других. Как определить, что нужно в конкретном случае.
2.3	Коммерческие возможности социальных сетей.	Как рассчитать рекламные кампании, как рассчитать доходность.
2.4	Лидеры общественного мнения. Блогеры.	Кто такие ЛОМы, чем они отличаются от блогеров, зачем нужно с ними сотрудничать.
2.5	Персональный бренд. Личные аккаунты в социальных сетях	Из чего складывается персональный бренд в социальных сетях. Как им управлять. Что может повредить персональному бренду. Пробуем разработать свой персональный бренд.
2.6	Как вести личные аккаунты. От личного аккаунта к SMM-маркетингу	Как оформлять и вести страницы в соцсетях, подбирать контент, искать темы для постов. Виды текстов для соцсетей. Контент-план. Практические занятия по ведению собственной страницы. Практические занятия по написанию постов и контент-планов.
Раздел 3. Модуль 3: Реальный SMM		
3.1	Продвижение в соцсетях. Ведение групп/страниц в соцсетях	Как вести страницу/группу бренда или компании в соцсетях. Правила хорошего тона. Работа с комментариями. Практические занятия.

3.2	Реклама в соцсетях. Рекламные кабинеты соцсетей	Как устроены рекламные кабинеты социальных сетей. Особенности.
3.3	Копирайтинг	Секреты хорошего текста. Как преподнести и продать свой продукт. Написание постов для соцсетей и рекламных объявлений. Продающие тексты для лендингов.

Раздел 3. «Формы аттестации и оценочные материалы»

1. Текущий контроль (при наличии):
 - формы: тесты, проверка выполненных самостоятельных работ
2. Итоговая аттестация: зачет

Раздел 4. «Организационно-педагогические условия реализации программы»

1. Учебно-методическое обеспечение и информационное обеспечение программы

Методическое обеспечение программы основано на использовании двух видов занятий: учебного и практического.

Состав учебного занятия:

- лекционный раздел;
- демонстрация учителем работы в сервисах и интерфейсов
- консультативный раздел.

Состав практического занятия:

- раздел проверки выполнения групповых самостоятельных заданий;
- раздел проверки выполнения индивидуальных заданий;
- внедрения и тестирование под руководством учителя лучших решений

Методическое обеспечение программы включает в себя следующие методы обучения:

- объяснение учителя,
- самостоятельная работа обучающихся,
- индивидуальная защита итоговых работ «у доски».

2. Материально-технические условия реализации программы:

Компьютерный класс, столы, стулья, персональные компьютеры (по числу обучающихся), бесперебойное подключение к сети Интернет, проектор с экраном и кликером, флипчарт, бумага для флипчарта, фломастеры, МФУ.

Раздел 5. Учебно-методическая литература и интернет-ресурсы:

1. Академия лидогенерации, Три мифа об интернет-профессии, 2017, 268с.
2. Дж.Янч, По рекомендации. Бизнес, который продвигает себя сам. 2015. —297с. Интернет-маркетинг и Digital-стратегии, 2016, 316с.
3. Информационная грамотность как приоритет Программы ЮНЕСКО «Информация для всех»: российский взгляд на проблему [Электронный ресурс] // Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества [Офиц. сайт]. URL: <http://mcbs.ru/news/item/66/>.
4. Информационная культура, информационная грамотность и компьютерная компетентность [Электронный ресурс] // МОО «Информация для всех» [Офиц. сайт]. URL: <http://www.ifap.ru/projects/infolit.htm/>.
5. Компьютера. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.computerra.ru/>.
6. Кошик А., Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики, 2014. – 528с.
7. Маршалл П., Брайан Тодд Б., Контекстная реклама, которая работает. Библия Google AdWords, 2014. – 464с.
8. Р.Назيبов, Клиентов много не бывает, 2016, 208с.
9. Солдатова Г., Зотова Е., Лебешева М., Шляпников В., Интернет: возможности, компетенции, безопасность. 2014.
10. Спенсер С., Энж Э., Фикшин Р., Стрикчиола Д. SEO – искусство раскрутки сайтов, 2014. – 668с.
11. Филип Котлер, Основы маркетинга. Краткий курс, 2018, 496с.
12. Это полезно знать. Как обезопасить себя в Интернете. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.google.ru/intl/ru/goodtoknow/>.